



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Penulis berperan sebagai seorang *content creator* dalam praktik kerja magang ini. Dalam bekerja, penulis mendapatkan tugas untuk membuat rancangan konten promosi per bulan yang akan digunakan untuk promosi film panjang Aenigma Picture yang pertama berjudul “Detak”. Konten yang disusun berupa gambar, video, infografis, dan konten interaktif yang akan diunggah pada *instagram* film “Detak” sendiri. Melalui konten ini, diharapkan target penonton yang ingin dicapai oleh perusahaan dapat sesuai dan dapat merangkul penggemar film misteri dan juga penggemar aktor dan aktris yang muncul pada film.

3.1.1. Kedudukan

Kedudukan penulis adalah sebagai *content creator intern* untuk divisi *publishing*. Penulis, secara khusus, bertugas untuk membuat konten yang akan digunakan untuk media sosial *instagram* selama dua bulan. Selain itu, penulis juga bertugas untuk membuat desain untuk konten interaktif. Sebagai seorang *content creator*, penulis menerima data informasi tentang film “Detak” dari *supervisor*, yaitu produser, dan dilakukan pengecekan terhadap konten yang sudah dibuat sebelum diunggah ke media *instagram*.

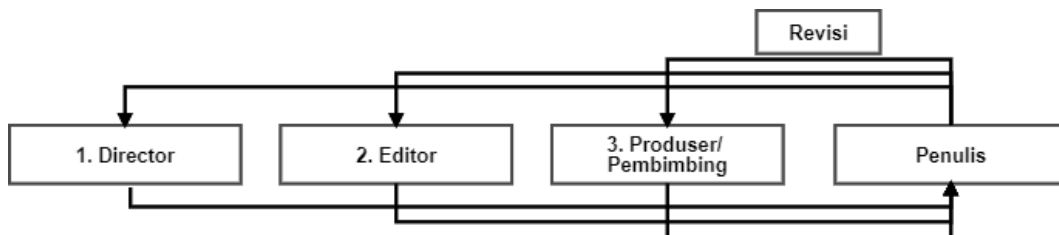
3.1.2. Koordinasi

Penulis melakukan koordinasi dengan *supervisor* setiap harinya untuk melakukan pengecekan terhadap kualitas konten yang akan diunggah. Koordinasi dalam merancang konten ini dibagi menjadi beberapa tahap. Pada tahapan pertama,

penulis akan merancang ide konten dan *draft* awal pengembangannya. Kemudian penulis akan berkoordinasi langsung dengan *director* Aenigma Picture untuk mendapatkan persetujuan. *Director* dan penulis akan berdiskusi secara langsung tentang ide dan pengembangannya. Selain itu juga diberikan solusi lain untuk pengembangan ide ini agar konten yang dibuat akan sampai dan diterima dengan positif ke target pasar film “Detak”.

Setelah mendapatkan persetujuan ide dan pengembangannya, penulis kemudian berkoordinasi dengan *editor* senior untuk mendapatkan materi visual, berupa *still photo* dan video, yang akan digunakan. Penulis memberikan serangkaian data keperluan konten, kemudian *editor* senior akan menyunting keperluan konten tersebut. Ketika selesai, penulis akan menyatukan visual konten tersebut dengan ide yang sudah dikembangkan dan kembali dikoordinasikan dengan *director* untuk mendapat persetujuan.

Proses koordinasi terakhir adalah dengan produser Aenigma Picture untuk penyusunan dan penggunaan *caption* yang tepat untuk setiap unggahan. Penulis membuat *draft* awal kemudian dilakukan asistensi ke produser. Kemudian, produser akan melakukan pengecekan dan revisi langsung sebelum akhirnya diunggah pada akun *instagram* “Detak”.



Gambar 3.1. Bagan Alur Koordinasi

(Sumber: Data pribadi)

3.2. Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan Yang Dilakukan Selama Magang

No.	Minggu	Keterangan
1.	1	1. Membuat analisa mengenai promosi film Indonesia yang akan rilis Maret 2020 2. Melakukan riset dan memperbaharui data promosi film dengan media <i>instagram</i> .
2.	2	1. Menyusun dan merancang ide untuk promosi di <i>instagram</i> film “Detak” bulan Maret. 2. Melakukan asistensi dan revisi untuk ide, kemudian bekerja sama dengan <i>editor</i> senior memilih visual konten yang akan diunggah. 3. Membuat perencanaan <i>caption instagram</i> bersama dengan pembimbing.
3.	3	1. Membuat konten harian untuk promosi film “Detak”. 2. Menyusun konten SELAMAT (Sesi Malam Jumat) untuk bahan promosi film “Detak”. 3. Membuat desain untuk konten SELAMAT (Sesi Malam Jumat) untuk promosi film “Detak”. 4. Merevisi desain dan mengkonfirmasi kembali hasil desain tersebut kepada <i>Director</i> .

4.	4	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat <i>motion graphic</i> untuk konten SELAMAT (Sesi Malam Jumat). 2. Mengedit konten SELAMAT (Sesi Malam Jumat).
5.	5	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rancangan untuk konten media sosial, sesuai dengan <i>briefing</i> dengan pembimbing lapangan. 2. Melakukan pekerjaan dari rumah (WFH).
6.	6	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat dan merevisi konten media sosial untuk promosi film “Detak”. 2. Melakukan pekerjaan dari rumah (WFH).
7.	7	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rancangan awal naskah <i>webseries</i> untuk tiga episode dengan durasi sepuluh menit setiap episodenya. 2. Melakukan pekerjaan dari rumah (WFH).
8.	8	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rancangan konten media sosial untuk bulan Ramadhan 2020. 2. Melakukan pekerjaan dari rumah (WFH).

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memulai masa praktik kerja magang pada tanggal 10 Februari 2020, dengan ketentuan 320 (tiga ratus dua puluh) jam masa kerja. Namun, karena menunggu surat keterangan magang untuk dilaporkan pada pihak universitas, maka dalam administrasi magang kampus menyatakan secara resmi bahwa penulis diterima aktif masa magang pada tanggal 11 Februari 2020. Penulis akan melakukan magang hingga 10 Mei 2020.

Dalam melakukan kegiatan praktik magang, penulis ditempatkan dalam divisi *publishing*, karena perusahaan masih melakukan *pitching* proyek kepada *client*. Pada awal kegiatan divisi ini, penulis diberikan tugas untuk membuat laporan

analisa tentang kegiatan promosi film panjang yang dilakukan oleh *production house* besar, kemudian membandingkan bagaimana perbedaan strategi yang dilakukan oleh beberapa *production house* besar tersebut.

Setelah itu, penulis kemudian menyusun dan membuat konten untuk mempromosikan film panjang “Detak” melalui media sosial *instagram*. Hasil analisa tersebut kemudian dijadikan basis data untuk menentukan strategi seperti apa yang akan digunakan untuk promosi film panjang “Detak”. Konten yang sudah disetujui kemudian diunggah melalui media sosial *instagram* setiap harinya pada jam makan siang. Hal ini dilakukan agar dapat merangkul target penonton sehingga semakin tertarik untuk menonton film “Detak”.

Penulis membuat konten media sosial untuk dua bulan, yaitu bulan Maret dan April. Selain itu, penulis juga mendapat kesempatan untuk melanjutkan proyek konten interaktif berjudul SELAMAT (Sesi Malam Jumat). Konten ini dimaksudkan untuk menghibur dan menarik jumlah *followers* pada akun *instagram* “Detak”. Tugas penulis pada proyek ini adalah membuat desain konten, mulai dari konsep desain hingga *editing sound* menjadi bentuk *waveform*. Untuk mengisi zona waktu kosong dalam sehari, penulis membuat *template bingo* untuk kebutuhan *story instagram*.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Berikut penjelasan lebih rinci mengenai tugas yang dikerjakan penulis selama melakukan praktik kerja magang:

3.3.1.1. Analisa Promosi Film Panjang Yang Akan Rilis Tahun 2020

Penulis melakukan analisa konten promosi film panjang yang akan rilis di bioskop di tahun 2020, mulai dari bulan Februari sampai dengan bulan Mei. Hasil analisa berupa pendataan film yang rilis dan konten yang diunggah melalui *instagram* serta mengikuti perkembangan jumlah penonton tayang di bioskop.

Pertama, penulis mencari tahu daftar judul film rilis apa saja yang akan tayang di layar lebar bioskop Indonesia pada sepanjang tahun 2020. Penulis mendapatkan info tersebut melalui media sosial dan situs *online*. Kemudian didata dan disusun sesuai dengan tanggal rilis film. Penulis juga melakukan pendataan media sosial *instagram* yang digunakan untuk keperluan promosi.

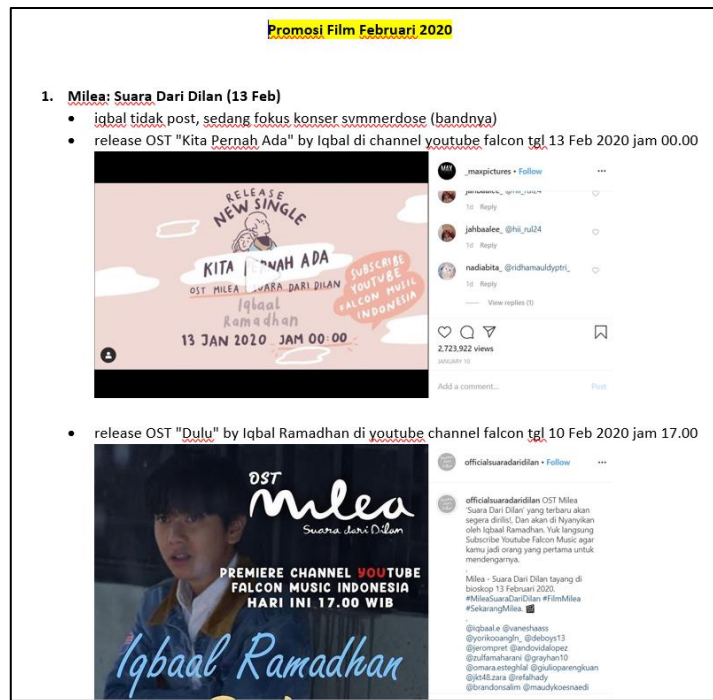
FILM INDONESIA RILIS 2020	
APRIL	2 – Tarung Sarung 9 – Serigala Langit (-) – Guru-Guru Gokil
MEI	21 – Yowis Ben 3
JUNI	25 – Ranah 3 Warna
JULI	-
AGUSTUS	-
SEPTEMBER	(-) – Hayya 2
OKTOBER	(-) – Satria Dewa: Gatot Kaca
NOVEMBER	(-) – Sri Asih (-) – Maryam: The Power of Love 3
DESEMBER	-
UPCOMING	Buya Hamka Suzzanna: Santet Ilmu Pelebur Nyawa Iblis Dalam Kandungan Asih 2 Miracle in Cell No. 7 (Falcon) Layla Majnun (Starvision) Ali & Ratu-Ratu Queens (Palarifilms) Taufan (Sunil Soraya) Generasi90an Melankolia (Visinema)

Gambar 3.2. Pendataan film rilis di bioskop Indonesia tahun 2020

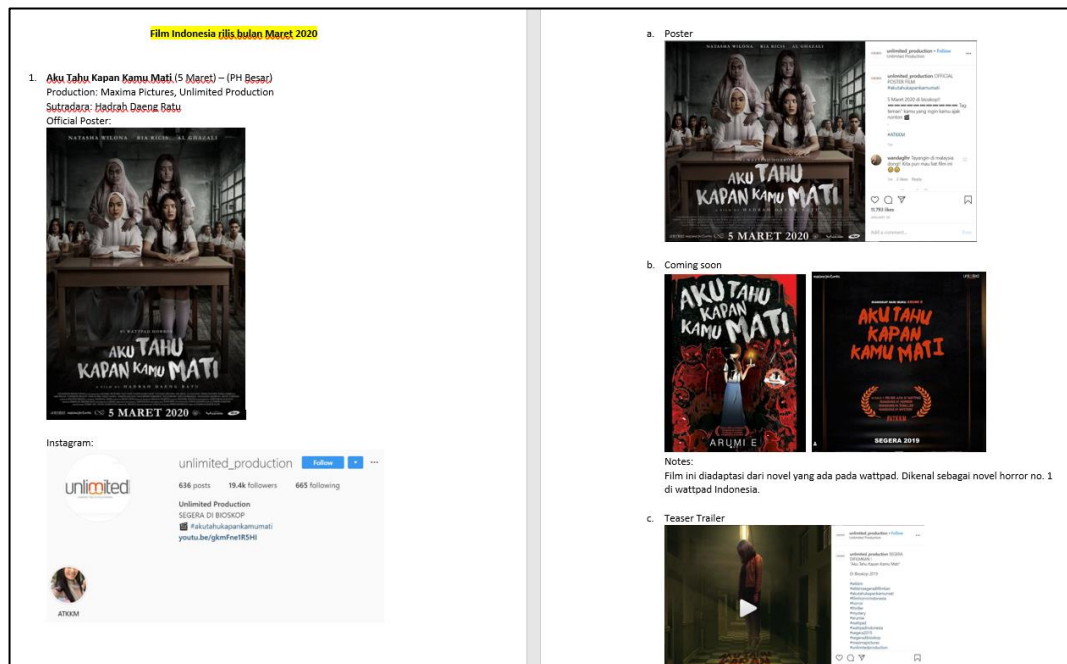
(Sumber: Data pribadi)

Setelah itu, penulis menyusun data film tersebut perbulan pada *file* yang berbeda sehingga memudahkan ketika *update* data promosi. Penulis mendata kota

apa saja yang menjadi target penontonnya dan konten interaktif dan infografis apa saja yang diunggah pada akun *instagram*. Kemudian penulis mengikuti perkembangan setiap aktifitas promosi film tersebut dan mempelajari bagaimana strategi ini mendapatkan *engagement* penonton yang tinggi.

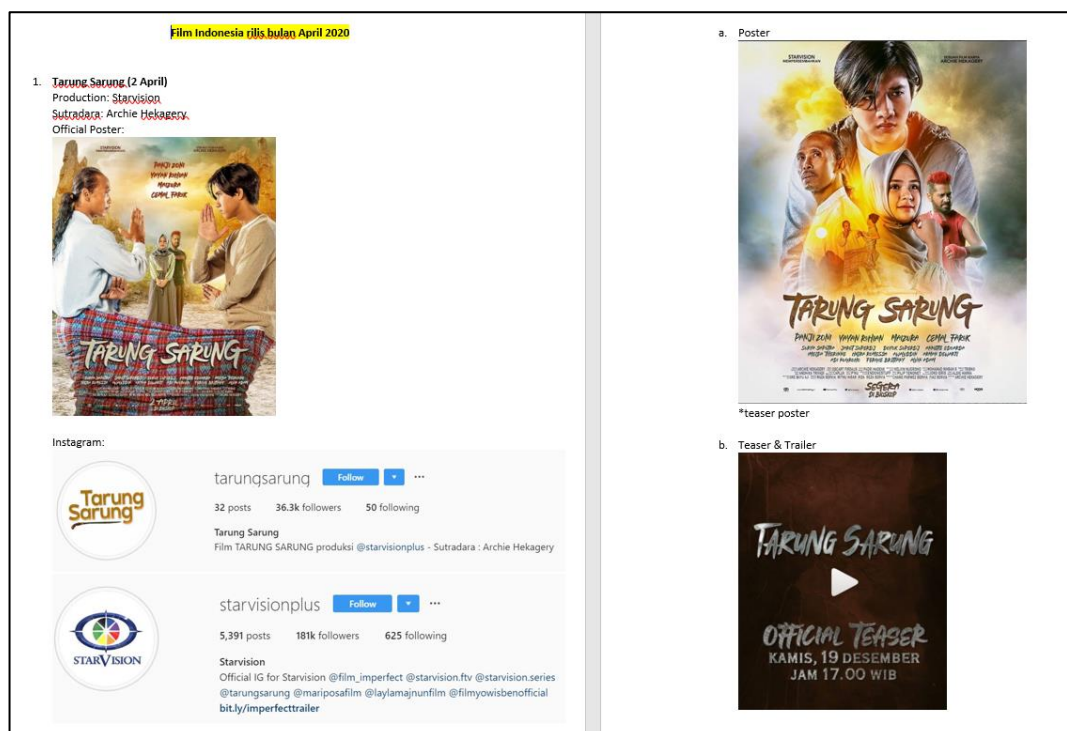


Gambar 3.3. Analisa promosi film bulan Februari 2020
(Sumber: Data pribadi)



Gambar 3.4. Analisa promosi film bulan Maret 2020

(Sumber: Data pribadi)



Gambar 3.5. Analisa promosi film bulan April 2020

(Sumber: Data pribadi)

Data analisa yang sudah dibuat, kemudian dikirim kepada pembimbing lapangan melalui *email*. Data ini akan digunakan untuk membantu menentukan strategi promosi pada media sosial *instagram* “Detak”.

3.3.1.2. Perencanaan Konten Film “Detak” Bulanan

Tugas berikutnya yang penulis kerjakan adalah membuat perencanaan konten pada bulan Maret dan April untuk diunggah pada media sosial *instagram* “Detak”. Penulis menerima *briefing* singkat untuk memperkenalkan apa itu film “Detak”, sinopsis singkat cerita, target pasar, bagaimana film ini dibuat dan melibatkan orang-orang yang seperti apa yang muncul pada film.





Penulis membuat ide kasar berisi tentang empat konsep yang akan diangkat dan diperkenalkan secara interaktif kepada pengguna *instagram*. Konsep ini kemudian didiskusikan bersama dengan pembimbing lapangan serta *director* Aenigma Picture. Ide kasar ini dikembangkan bersama-sama agar tetap berada pada tujuan dasar pembuatan film “Detak”. Penulis mendapatkan banyak *feedback* untuk direvisi sesuai dengan kebutuhan.

Konsep ini kemudian dikembangkan menjadi *draft* satu. Penulis kemudian meminta bantuan kepada *editor* untuk memberikan bahan materi yang akan digunakan. *Database behind the scene* dipegang oleh *editor* dan harus melalui proses *editing* terlebih dahulu, seperti pemilihan gambar, pemberian *watermark*, dan *color editing*. Ketika hasil sudah diberikan oleh *editor*, penulis kemudian mengatur keperluan *asset* gambar dengan *draft caption* yang akan diunggah agar lebih sesuai.

Ideas:
1. Zero waste (7)
2. <u>Budaya Banyumas</u> (7)
3. Local actor in frame (7)
4. Everyone can take a part on filmmaking (7)
1. Zero Waste
<ul style="list-style-type: none"> • <u>limbah sampah</u> (in caption) <ul style="list-style-type: none"> ◦ <u>nguragin sampah makanan with piring</u> ◦ <u>nguragin sampah minuman pake botol</u> ◦ <u>buang sampah di tmpt sampah</u> • fun fact shooting (in caption) <ul style="list-style-type: none"> ◦ <u>denda puntung rokok</u> • <u>botol minum</u> (in caption) • <u>asbak portable</u> (in caption) <ul style="list-style-type: none"> ◦ <u>funfact, yg bikin ank set</u> • how to be <u>sjw</u> (social justice warrior) <ul style="list-style-type: none"> ◦ <u>tumbler</u> ◦ <u>sedotan stainless steel</u> ◦ <u>Tupperware emak</u> • 2018 --> first <u>ph</u> yg shooting zero waste • <u>makan prasmanan vs makan kotak</u> (interaktif)

Gambar 3.6. Ide awal konten *instagram* bulan Maret 2020

(Sumber: Data pribadi)

1. Zero Waste	
<p>Point 1</p>  <p>Caption option</p> <ol style="list-style-type: none"> Mas ini lagi sibuk belanja sambil bawa <u>botol</u>, <u>temen-temennya malah asik mabar dibelakang</u>. Hayo ngaku siapa yang kalo kerja malah asik mabar? 	<p>Point 2</p>  <p>Caption options</p> <ol style="list-style-type: none"> Karena kru detak banyak yang <u>merokok</u>, biar ga buang <u>puntung sampah</u> sembarangan, kita memberlakukan <u>denda</u> buat kru yang ketahuan <u>buang puntung</u> sembarangan. Buat kru lain yang liat temennya buang sembarangan dapet duit loh
<p>Point 3</p> 	<p>Point 4</p>  <p>Caption options</p> <ol style="list-style-type: none"> Asbak portable kavak gini yang punya

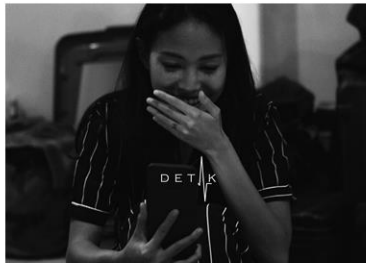

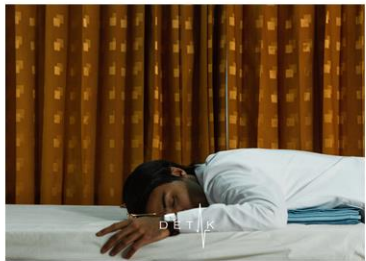

Gambar 3.7. Draft isi konten *instagram* bulan Maret 2020

(Sumber: Data pribadi)

IDE KONTEN BULAN APRIL	
<p>1. <u>Konten himbauan COVID-19</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Galang dana</u> • <u>Himbauan untuk #dirumahaja</u> • <u>Masukkan:</u> orang yang mengadakan <u>galang donasi</u> harus <u>terpercaya</u> gitu misalnya kita bisa pakai <u>refal & della</u> utk <u>promosi masalah donasi</u> <p>2. <u>Impact yang diberikan ke seniman</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Fun fact ttg seniman</u> yang ikut <u>terlibat dalam film</u> <p>3. <u>Wanita dalam lingkungan</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Kru perempuan</u> dalam <u>film Detak</u> <p>4. <u>Konten April Mop (1 April)</u></p> <p>5. <u>Konten Hari Kesehatan Nasional (7 April)</u> → 12 NOVEMBER</p> <p>6. <u>Konten Hari Kesehatan Dunia (7 April)</u></p>	<p>13. <u>Reminder kalau ada filter detak</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Filter dr. Jati</u> • <u>Filter sukma</u> • <u>Filter warna</u> <p>14. <u>Reminder kalau ada GIF Detak di IG Story</u></p> <p>15. <u>Games</u> → <u>temukan perbedaan, dari still photo film</u></p> <p>16. <u>Games</u> → <u>buat puzzle, pakai still photo film yang dipotong acak</u></p> <p>17. <u>Konten Yu Sukma's starter packs</u></p> <p>18. <u>Konten dr. Jati's starter packs</u></p> <p>19. <u>Konten ngabuburit bareng Detak (dibuat seminggu 1x)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Ngopi</u> • <u>Nongkrong</u> • <u>Bukber</u>

Gambar 3.8. Ide awal konten *instagram* bulan April 2020

(Sumber: Data pribadi)

KONTEN	
 <p>Caption:</p> <p>DONE</p>	 <p>DONE</p>
 <p>(konten tidur-ngabuburit)</p> <p>DONE</p> <p>Dr. Jati</p>	 <p>(konten bukber)</p> <p>DONE</p>

Gambar 3.9. Draft isi konten *instagram* bulan April 2020

(Sumber: Data pribadi)

Setelah semua sudah disatukan dan diberikan penyesuaian, maka data konten tersebut diberikan kepada pembimbing lapangan dan *director* untuk dilakukan finalisasi dan penyetujuan. Revisi minor terjadi pada *caption* yang akan diunggah. Penulis bersama pembimbing lapangan berdiskusi untuk mengoreksi beberapa info yang tidak tepat dan tatanan bahasa. Proses diskusi tersebut dilakukan setiap harinya, sebelum akan mengunggah konten pada media sosial *instagram* “Detak”.

3.3.1.3. Konten SELAMAT (Sesi Malam Jumat)

SELAMAT atau Sesi Malam Jumat, merupakan salah satu program atau konten pendukung dari konten inti “Detak”. SELAMAT menyuguhkan cerita-cerita fiktif yang bergenre *thriller* ataupun misteri. Konten interaktif ini dibagikan melalui media sosial *instagram story*. Konten SELAMAT sudah memasuki episode ketiga ketika penulis masuk untuk praktik kerja magang. Penulis akhirnya diberikan kesempatan untuk mengerjakan konten SELAMAT episode ke-4.

Pada proyek SELAMAT ini, naskah yang sudah dibuat kemudian diserahkan kepada penulis untuk dilakukan *breakdown script*. Jadwal diatur oleh PIC proyek SELAMAT episode ke-4. Penulis kemudian menyusun konsep dan membuat desain kasar untuk dipakai sebagai *background*. Episode ke-4 ini mengangkat cerita tentang kejadian pada telepon darurat 911, maka dari itu, seluruh desain menggunakan referensi tersebut. Dan menggunakan serial *Black Mirror: Bandersnatch* sebagai pilihan alur cerita. Sehingga membuat *followers* semakin aktif untuk selalu menunggu konten yang akan diunggah karena harus berhadapan dengan sebuah pilihan.

Tabel 3.2. Jadwal pengerjaan konten SELAMAT

No	Tanggal	Keterangan
1.	5 Maret 2020	1. Rilis poster SELAMAT Episode 4 → <i>instagram story</i> . 2. Rekaman audio dengan Alyssa Abidin.
2.	6 Maret 2020	1. Rilis <i>motion graphic countdown</i> dengan tampilan <i>voting</i> → <i>feeds instagram</i> .
3.	7 Maret 2020	1. Rilis <i>teaser</i> dengan <i>quotes</i> menegangkan (seperti diawasi) → <i>instagram story</i> .
4.	8 Maret 2020	1. Rilis kotak kejutan hadiah → <i>instagram story</i> .
5.	9 Maret 2020	1. Rilis cara bermain dan hadiah untuk pemenang → <i>feeds instagram</i> .
6.	10 Maret 2020	1. Rilis <i>audio teaser</i> (H-2) → <i>feeds instagram</i> .
7.	11 Maret 2020	1. Rilis pemeran dari audio (H-1) → <i>feeds instagram</i> .
8.	12 Maret 2020	1. Rilis <i>reminder</i> hari ini tayang → <i>feeds instagram</i> . 2. Rilis cara bermain → <i>instagram story</i> .

Penulis menggunakan *After Effect*, *Premier* dan *Photoshop* untuk membuat desain. Terdapat 6 rancangan desain *feeds instagram* untuk promosi selama satu minggu penuh dan 17 rancangan desain yang akan diunggah pada *instagram story*.

Ketika dalam proses pengerjaan, penulis bekerjasama dengan rekan magang lainnya untuk membantu mengerjakan kebutuhan desain yang padat. Penulis beberapa kali harus merevisi desain karena terjadi kesalahpahaman dalam menginterpretasi makna visual konsep.



Pada akhirnya diputuskan untuk mengerjakan bersama secara tatap muka, namun sudah terlebih dahulu dibagi tugas perorangan. Penulis mengerjakan kebutuhan *motion graphic*, sedangkan rekan lainnya mengerjakan desain untuk *background*. Setelah selesai, penulis akhirnya mengumpulkan semua hasil dan diberikan kepada *director* Aenigma Picture untuk mendapatkan persetujuan. Desain untuk *cover* konten ini mengalami banyak revisi, mulai dari pemilihan *asset* hingga kontras warna. Akhirnya penulis kemudian merevisi kembali konten yang membutuhkan perbaikan.

Selain itu, penulis turut ikut berpartisipasi dalam mengerjakan kebutuhan *behind the scene* saat pengambilan rekam suara dilakukan. Penulis mengambil *footage* berupa video, foto, dan *boomerang* yang nanti akan digunakan untuk kebutuhan promosi. Setelah semua *editing* desain selesai, hasil data desain kembali diberikan kepada *director* untuk mendapat persetujuan. Penulis mendapat tugas tambahan untuk melakukan *editing sound* hasil rekaman menjadi *audio waveform* yang akan dipasang pada *background*. Hasil *audio waveform* tersebut kemudian diberikan kepada *director* untuk disatukan dengan *asset* yang sudah ada.




Setelah semua desain selesai, penulis mengunggah hasil desain tersebut pada media sosial *instagram* “Detak” sesuai dengan tanggal yang sudah ditentukan. Penulis juga melakukan konfirmasi ulang untuk *caption* yang akan digunakan


setiap kali akan mengunggah konten kepada pembimbing lapangan. Pada hari tayang, penulis bertugas untuk menghitung jumlah *voters* dan mendata *followers* yang mengikuti alur cerita dari awal sampai akhir untuk menentukan pemenangnya. Data calon pemenang kemudian diberikan kepada produser dan *director* untuk ditentukan pemenangnya. Pengumuman pemenang dilakukan oleh *director* sendiri.

Tabel 3.3. Hasil akhir konten visual SELAMAT



No	Desain Konten	Keterangan
Promosi		
1.		<ol style="list-style-type: none"> 1. Rilis: 5 Maret 2020 2. <i>Feeds instagram</i> 3. Jenis <i>file</i>: foto (JPG)
2.		<ol style="list-style-type: none"> 1. Rilis: 6 Maret 2020 2. <i>Feeds instagram</i> 3. Jenis <i>file</i>: video (MP4)
3.		

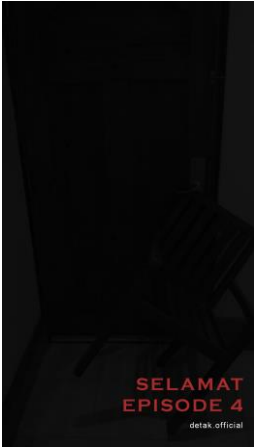
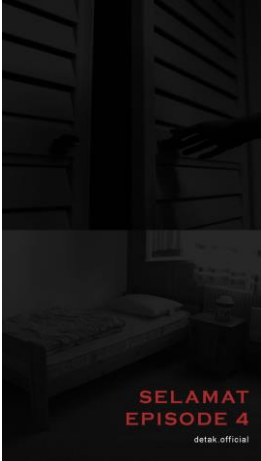

		<ol style="list-style-type: none"> 1. Rilis: 7 Maret 2020 2. <i>Instagram story</i> 3. Jenis <i>file</i>: foto (JPG)
4.		<ol style="list-style-type: none"> 1. Rilis: 8 Maret 2020 2. <i>Instagram story</i> 3. Jenis <i>file</i>: foto (JPG)
5.		

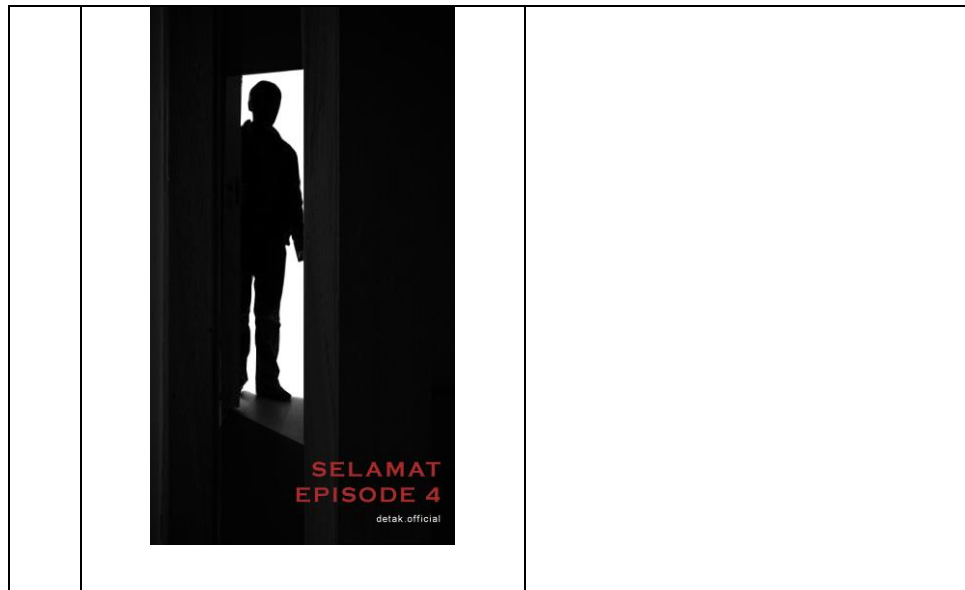
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Rilis: 9 Maret 2020 2. <i>Feeds instagram</i> 3. Jenis <i>file</i>: foto (JPG)
6.		<ol style="list-style-type: none"> 1. Rilis: 10 Maret 2020 2. <i>Feeds instagram</i> 3. Jenis <i>file</i>: video (MP4)
7.		<ol style="list-style-type: none"> 1. Rilis: 11 Maret 2020 2. <i>Feeds instagram</i> 3. Jenis <i>file</i>: foto (JPG)
8.		

		<ol style="list-style-type: none"> 1. Rilis: 12 Maret 2020 2. <i>Feeds instagram</i> 3. Jenis <i>file</i>: video (MP4)
9.	 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rilis: 12 Maret 2020 2. <i>Instagram story</i> 3. Jenis <i>file</i>: foto (JPG)

<i>Background Konten Audio SELAMAT</i>		
1.		<i>Highlight</i>
2.		<i>Intro to Vote</i>
3.		<i>Voting 1</i>

4.		<p><i>Vote Golf</i> <i>Vote Baseball</i></p>
5.		<p><i>Voting 2</i></p>

6.		<i>Vote Kamar</i>
7.		<i>Voting 3</i>
8.		<i>Vote Bawah Kasur</i> <i>Vote Dalam Lemari</i>



3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Masalah teknis menjadi kendala yang penulis hadapi selama praktik kerja magang. Teknis seperti penggunaan *software editing* (*Adobe Premier* dan *After Effects*) dan perangkat komputer penulis yang mengalami masalah menjadi salah satu faktor penghambat penulis saat mengerjakan analisa laporan. Penulis tidak terbiasa menggunakan *software editing*, sehingga pekerjaan selesai tidak tepat waktu karena penulis harus bekerja sambil mempelajari *software* tersebut. Selain itu, perangkat komputer dan telepon yang penulis gunakan mengalami gangguan saat akan melakukan *back-up data behind the scene* untuk konten SELAMAT. Penulis akhirnya kehilangan beberapa video penting yang akan dijadikan materi konten promosi.

Dalam menyusun konsep promosi, penulis mengalami kendala dalam pengembangan konsep. Konsep yang penulis ajukan kepada *director* harus

mengalami banyak revisi karena tidak sesuai dengan visi dan misi dari film “Detak” dan dirasa kurang interaktif dalam merangkai kalimat untuk *caption instagram*.

Selain itu, kurangnya koordinasi mandiri antara penulis dengan pembimbing lapangan saat hendak mengunggah konten promosi film “Detak” melalui media sosial *instagram*. Penulis melakukan kesalahan pengetikan saat mengunggah *caption* untuk *instagram* dan kemudian ditegur oleh pembimbing lapangan.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi permasalahan *software editing* (*Adobe Premier* dan *After Effects*) yang digunakan, penulis bekerja sekaligus mempelajari *software* tersebut lewat situs *online* diwaktu yang bersamaan. Penulis akhirnya dapat menyelesaikan proyek tersebut meskipun terkadang melewati batas penyelesaian desain dan *editing* video. Hasil yang penulis kerjakan sudah cukup memenuhi standar untuk diunggah dan mengalami sedikit revisi minor.

Pada kasus perangkat komputer, penulis harus menunggu setidaknya 10-20 menit untuk memastikan bahwa komputer yang penulis gunakan dapat bekerja secara normal. Penulis juga tidak lupa untuk selalu menyimpan pekerjaan terbaru untuk mengantisipasi komputer yang rusak tiba-tiba. Perangkat telepon yang rusak dan digunakan untuk merekam *behind the scene* SELAMAT, akhirnya tidak disarankan untuk digunakan lagi saat merekam *behind the scene*. Penulis meminjam perangkat telepon orang lain dan memindahkan datanya ke komputer penulis. Data yang masih bisa diselamatkan kemudian segera disimpan ke dalam *Google Drive* agar masih memiliki cadangan materi saat kejadian serupa terulang lagi. Desain

konsep promosi akhirnya harus mengalami perubahan agar dapat menggunakan data yang tersisa.

Dalam menyusun konsep promosi, penulis menemukan sebuah jalan keluar dengan melakukan riset, bagaimana *production house* lain melakukan promosi film yang mereka rilis. Kemudian penulis mengambil ide serupa namun dengan menggunakan pendekatan film “Detak” sehingga diharapkan dapat menjadi lebih menarik dan muncul sebagai konten baru yang lebih interaktif.

Untuk mengatasi masalah komunikasi penulis dengan pembimbing lapangan, penulis akhirnya meminta maaf dan mengakui keteledoran yang dilakukan saat mengunggah konten. Penulis dan pembimbing lapangan menyepakati untuk selalu asistensi terlebih dahulu sebelum akhirnya mengunggah konten di hari yang sama, dengan cara tatap muka. Sehingga pembimbing dapat mengetahui informasi apa saja yang akan diunggah melalui media sosial *instagram* “Detak”.